

УДК 796.01:642.5

Лифановская Е. В.,

бакалавр

Голубева Т. Б.,

канд. техн. наук, доц.

УСЛУГИ ЭКОПИТАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ СЕЗОННЫХ ВИДОВ СПОРТА

Рассмотрена проблема внедрения экоконцепции на предприятия общественного питания, расположенные на локациях сезонных видов спорта Свердловской области. Преимущества предложенного размещения: общность целевой аудитории — потребители экопродукции и физкультурно-оздоровительных услуг; природный ландшафт; рост загруженности предприятия оздоровительного сервиса в несезонный период. Рассмотрены такие компоненты экоконцепции предприятия общественного питания, как месторасположение; целевая аудитория; внешнее оформление и дизайн; экоупаковка, оборудование, позволяющее минимизировать выбросы загрязнений, и др.

Ключевые слова: экологизация, экоконцепция предприятия общественного питания, предприятия сезонных видов спорта, экологически чистые продукты, физкультурно-оздоровительный сервис

Lifanovskaia E. V.,

bachelor

Golubeva T. B.,

candidate of technical sciences,

associate professor

ECO-NUTRITION SERVICES FOR SEASONAL SPORTS ENTERPRISES

The problem of introducing an eco-concept for public catering establishments situated at the locations of enterprises of seasonal sports of the Sverdlovsk region. Benefits of the proposed location: the generality of the target audience of consumers of eco-products and physical culture and health services; natural landscape; the growth of the workload of the health service enterprise in the off-season period. The components of eco concepts of catering enterprises are considered: location; naming; the target audience; outdoor design and interior design; menu, cooking technology with the preservation of valuable food components; staff motivated to comply with environmental requirements; furniture, dishes, eco-packaging, equipment that minimizes pollution emissions; informing customers; separate collection of

garbage. Around Yekaterinburg, seasonal enterprises of the sports industry have been identified, on the locations of which catering enterprises with an eco-concept could be created.

Keywords: ecologization, eco-concept of the catering enterprise, enterprise of seasonal sports, environmentally friendly clean products, fitness and health services

Индустрия спорта — это часть национальной экономики, связанная с производством, продвижением и сбытом спортивных товаров и услуг, организацией и проведением спортивных событий, а также спонсорством в спорте. Сервис в индустрии спорта нацелен на оказание услуг потребителю в целях его оздоровления и физического развития.

Природная среда является существенным фактором, влияющим на сферу физкультурно-оздоровительных услуг. Главным образом сезонность для предприятий физкультурно-оздоровительного сервиса определяется местными природно-климатическими условиями и ресурсами в целом, временем года (школьные и студенческие каникулы, массовые отпуска) и другими факторами. По степени интенсивности потребления услуг различают четыре ценовых периода сезона: пик, высокий, низкий, мертвый. При этом грамотная политика предприятий сервиса может привлечь клиентов и в период низкого сезона. Выделены пути повышения загруженности в низкий сезон, в том числе введение внесезонных услуг и использование уникальности месторасположения.

Сезонные предприятия индустрии спорта в Свердловской области можно условно разделить на летние и зимние. К летним относятся пляжи, лодочные станции, яхт-клубы и др., к зимним — горнолыжные комплексы, лыжные базы, катки, центры по санному спорту, прокату снегоходов, езды в собачьих упряжках, клубы любителей зимнего плавания и др. Часто наблюдается, что с целью загрузки предприятий иногда в одном и том же комплексе присутствует ориентация как на зимний, так и на летний вид спорта. К примеру, лыжно-лодочная станция в городе Каменск-Уральский. Однако даже в таком случае существует проблема загрузки предприятия в межсезонный период. Следует отметить, что сезонные предприятия индустрии спорта, по сути, являются курортами выходного дня, так как в большинстве случаев они не подразумевают долгое пребывание, а основной целевой аудиторией предприятий данного сегмента являются жители ближайших городов.

Проведенный обзор литературных данных позволил выделить особенности сезонных предприятий индустрии спорта Свердловской области.

1. Проблемы с загруженностью во внесезонный/межсезонный период. Выходом из данной ситуации могло бы стать активное внедрение внесезонных услуг с учетом ценностей целевой аудитории.

2. Целевая аудитория — люди со средним и выше уровнями дохода, стремящиеся к здоровому образу жизни и любящие природу, склонные к околоспортивным развлечениям.

3. Расположение за городом или на окраинах мегаполиса. Активное задействование природного ландшафта и ландшафтного дизайна с целью привлечения клиентов.

4. Наличие комплекса дополнительных услуг, в том числе для большинства предприятий услуг предоставления питания.

При этом, на наш взгляд, с целью наиболее полного удовлетворения необходимости потребителя в оздоровлении, а также внедрения идей экологизации в его сознание, на локациях сезонных видов спорта целесообразна реализация экоконтцепции предприятия общественного питания.

Сравним по критерию экологичности деятельность экопредприятия общественного питания на локациях сезонных видов спорта и городского экоресторана (см. табл.).

Таблица

**Сравнение ресторанов с экоконтцепцией, расположенных в городе
и на локациях сезонных видов спорта**

Характеристика	Городской экоресторан		Экоресторан на локациях сезонных видов спорта	
	Реализация	Соответствие экоконтцепции	Реализация	Соответствие экоконтцепции
Расположение	В центре города/на окраине города	Нет/возможно, да	За городом/на окраине города	Да/возможно, да
Ландшафт	Городской, в ряде случаев возможно использование ландшафтного дизайна	Нет	Природный, возможно использование ландшафтного дизайна	Да
Целевая аудитория	Люди со средним и выше уровнем дохода, с ценностями здорового образа жизни, случайные посетители	Да	Люди со средним и выше уровнем дохода, с ценностями физической культуры и спорта, здорового образа жизни, редко случайные посетители	Да

Характеристика	Городской экоресторан		Экоресторан на локациях сезонных видов спорта	
	Реализация	Соответствие экоконцепции	Реализация	Соответствие экоконцепции
Здоровье посетителей	Возможен приход посетителей с острыми инфекционными заболеваниями	Нет	Посетители здоровы	Да
Вода	Привозная, в экоупаковке	Да	Привозная, в экоупаковке, возможны собственные источники	Да
Исходное сырье	Экопродукты	Да	Экопродукты, возможно самостоятельное выращивание некоторых видов	Да
Загрязненность прилегающей территории (при соблюдении экологического законодательства предприятием)				
Воздух	Высокая	Нет	Низкая	Да
Шум	Высокая	Нет	Низкая	Да
Электромагнитные излучения	Высокая	Нет	Низкая	Да

Видно, что внедрение данной услуги на сезонном предприятии индустрии спорта имеет неоспоримые преимущества:

- расположение в месте с прекрасным природным ландшафтом, свежим воздухом, что способствует решению важной социальной проблемы — экологизации сознания посетителей;
- возможность быстрой доставки сырья от производителя, а также самостоятельного выращивания некоторых видов сырья;
- возможность использования природной воды родников;
- мотивы потребления физкультурно-оздоровительных услуг и потребления экопродуктов идентичны. В обоих случаях потребитель стремится к оздоровлению, при этом чем выше у него социальный статус, тем более ярко выражено стремление к потреблению качественной продукции.

В ходе исследования проведен анализ деятельности предприятий сезонных видов спорта в окрестностях Екатеринбурга, выделены места для расположения заведений общественного питания с экоконцепцией.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Ушинский К. Д. Избранные педагогические сочинения в 2 т. Т. 1. Вопросы воспитания. — М. : Гос. учебно-педагогическое изд-во Министерства просвещения РСФСР, 1953. — 640 с.
2. Дворникова Е. В. Обзор российского рынка экологически чистых продуктов питания // Исследования консалтинговой компании «Дворникова и партнеры» [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.kramola.info/vesti/novosti/obzor-rossiyskogo-rynka-ekologicheskii-chistykh-produktov-pitaniya> (дата обращения: 09.12.2017).
3. Научно-технический энциклопедический словарь [Электронный ресурс]. — URL: goo.gl/NJ5SPJ (дата обращения: 14.03.2018).
4. Лифановская Е. В. Нейминг предприятия общественного питания с эко-концепцией // X Междунар. студенческая электронная научная конф. «Студенческий научный форум-2018» [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.scienceforum.ru/2018/3052/6963> (дата обращения: 1.04.2018).

LIST OF REFERENCES:

1. Ushinskij K. D. (1953). Izbrannye pedagogicheskie sochineniya v dvuh tomah. Tom I. Voprosy vospitaniya [The chosen pedagogical compositions in two volumes. Volume first. Questions of education]. Moscow, State educational and pedagogical publishing house of the Ministry of Public Education of RSFSR, 640 p. (In Russ.).
2. Dvornikova E. V. (2017). Obzor rossijskogo rynka ehkologicheskii chistykh produktov pitaniya [The review of the Russian market of organic food]. In: Issledovaniya konsaltingovoj kompanii "Dvornikova i partnery" [Researches of the consulting company "Dvornikova and Partners"] [Electronic resource]. URL: <http://www.kramola.info/vesti/novosti/obzor-rossiyskogo-rynka-ekologicheskii-chistykh-produktov-pitaniya> (accessed: 09.12.2017). (In Russ.).
3. Nauchno-tehnicheskij ehnciklopedicheskij slovar' [Scientific and technical encyclopedic dictionary] [Electronic resource]. URL: goo.gl/NJ5SPJ (accessed: 14.03.2018). (In Russ.).
4. Lifanovskaya E. V. Nejming predpriyatiya obshchestvennogo pitaniya s ehkokonceptiej [A naming of the enterprise of public food with the what concept]. In: X Mezhdunarodnaya studencheskaya ehlektronnaya nauchnaya konferenciya "Studencheskij nauchnyj forum-2018" [X International student's electronic scientific conference "Student's Scientific Forum-2018"] [Electronic resource]. URL: <https://www.scienceforum.ru/2018/3052/6963> (accessed: 01.04.2018). (In Russ.).